Apocaipse 13:18

NÚMERO DA BESTA 666
O número da besta ou marca da besta é, de acordo com a tradição cristã, o número correspondente ao sinal da besta. Os manuscritos gregos escrevem como εξακόσια δεκαέξι. O estabelecimento do contexto histórico dos leitores originais do livro de Apocalipse depende de fixarmos uma data para sua escrita.

A PROFECIA ESTÁ ACONTECENDO HOJE

4 E Jesus respondeu e disse: Não lhes vejais as vossas tentações
5 Porque muitos invocam o meu nome, dizendo: Eu sou o Cristo, E MUITOS SERÃO DESENCAMINHADOS.
6. Não espere e ouça guerras e ouça guerras, veja, não faça barulho porque tudo está acontecendo, mas aqui está o fim
7. Porque se levantará nação contra nação e reino contra reino, e haverá fomes, pestes e terremotos em diversos lugares
8 tudo o mesmo começo de odes (as dores no início e durante o parto , as primeiras odines começaram (o nascimento está se aproximando) - Na primeira fase do trabalho de parto distinguem-se duas fases, a latente e a ativa. A fase latente é caracterizada por contrações uterinas leves e dura cerca de seis horas no primogênito e quatro horas no multinascido.
9 então vos entregarão à tribulação e vos possuirão, e sereis odiados de todas as nações por causa do meu nome
10 e então muitos se ofendem, traem uns aos outros e se odeiam
11 e surgirão muitos falsos profetas e enganarão muitos

12 e por causa desta iniqüidade aumenta, o amor de muitos esfria
13 Mas quem perseverar até o fim será salvo
14 e este evangelho do reino será pregado em toda a terra habitada, em testemunho a todas as nações e então o fim será ouvido

O PAPA A REENCARNAÇÃO DE NERO

Papa promulga nova Constituição que reforma governo da Igreja Católica
Leia mais em:
https://www.gazetadopovo.com.br/mundo/papa-promulga-nova-constituicao-que-reforma-governo-da-igreja-catolica/

Copyright © 2024, Gazeta do Povo. Todos os direitos reservados.

UM DOS PIORES IMPERADORES ROMANO PARA OS CRISTÃOS.

Nero Cláudio César Augusto Germânico (latim : Nero Cláudio César Augusto Germânico ; 15 de dezembro de 37 - 9 de junho de 68) foi um imperador romano
Uma interpretação comum é que 666 é uma gematria em hebraico para o nome de Nero César (na grafia faltante de seu nome grego - Nero César)
O fogo em Roma culpa dos cristãos
Segundo Tácito, Nero escolheu colocar a culpa nos primeiros cristãos , alegando que os cristãos vinham declarando publicamente há muito tempo que Roma seria destruída por causa da ira de Deus. Ele ordenou a perseguição deles, jogando-os aos leões e outros animais de rapina, crucificando-os em grande número e até amarrando-os a postes e queimando-os vivos.
Uma Nova Reforma Apostólica? Uma Resposta Bíblica a um Movimento Mundial Kindle Edition

Esta crítica fornece uma estrutura para entender e interpretar o movimento amplamente difundido, mas pouco conhecido, da Nova Reforma Apostólica (NAR). Como os autores declaram no prefácio: "Escrevemos este livro com dois objetivos principais em mente. Primeiro, dar às pessoas uma ideia do tamanho e alcance do movimento NAR. E segundo, sistematizar seus principais ensinamentos e práticas e avaliá-los com base nas Escrituras e raciocínio cuidadoso... Em nosso julgamento, a perspectiva NAR cruza esses limites [isto é, certos parâmetros amplos, revelados nas Escrituras e praticados na igreja ortodoxa histórica], e o faz em parte por causa de uma teologia falha enraizada em uma compreensão falha das Escrituras. Gostaríamos de alertar os leitores sobre uma possível confusão: alguns críticos vincularam o movimento NAR ao pentecostalismo e aos carismáticos tradicionais. Não fazemos isso. Na verdade, é nossa alegação que o movimento NAR se desvia dos ensinamentos pentecostais e carismáticos clássicos. Este movimento surgiu de igrejas carismáticas independentes e, portanto, ganhou espaço em muitas dessas igrejas em vários graus."

A BESTA 666 APOCALIPSE 13:18
NAR NOVA REFORMA APOSTOLICA
NAR. É UM ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)
NOVA ONDA DA REFORMA APOLOGETICA

A QUINTA ONDA EM PLENA PRODUÇÃO TEM NOME E ORIGEM
O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) SOPRA ONDE QUER
Fundamentada numa tradução equivocada no livro de Efésios 4:11 cria um sistema de poder, cerceando a liberdade, e produzindo novas revelações extrabíblica. No final do texto as propostas desta nova onda que

reflete o momento criando modismo refletida no termo alemão ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).
Um artigo demonstrando a faceta deste movimento, escrito por ***Kirstine Fratz é uma pesquisadora ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) em "ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) Acting". Seu " Livro sobre o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) e como ele nos leva adiante " demonstra os caminhos daqueles que aderem inocentemente esse movimento.***
O espírito do tempo é uma onda e que precisamos aprender a surfar, pois a terrível frustração depois que a onda passar é um desastre pior e irremediável, pois destruiu a sua vontade de criar e viver.
O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) não tem uma boa reputação na teologia e na igreja. Erradamente, porque você pode aprender com ele o que é importante para as pessoas hoje, diz Kirstine Fratz.
De que espírito estamos realmente falando quando falamos sobre o espírito dos tempos?
É um fantasma ou existem vários fantasmas com intenções diferentes?
Para alguns é o espírito santo, para outros os espíritos da vida, e para mim há sempre a questão do respectivo ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).
Porque também sopra onde quer e muitas vezes faz o que quer com a gente.
Quem ou o que é esse ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)?
E como ele faz o que faz?
Como vai, move-se com o tempo ou sai dele?
Você tem que ser um vencedor ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), ou existe a possibilidade de escapar do espírito da época?
Ou estamos inevitavelmente presos no feitiço desse espectro durante nosso tempo na terra?
ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) FORNECE ORIENTAÇÃO

Vamos dar uma olhada em seu poder. Semelhante a outros espíritos, ele nos orienta principalmente. Como um sinal, é altamente temporário e nada eterno. No entanto, ele nos mostra poderosamente para onde ir no momento se você quiser fazer tudo certo em sua vida. Feliz e esperançosamente, alinhamos o planejamento de vida, a escolha do parceiro, a escolha da carreira, a criação dos filhos, a saúde, a nutrição e os planos de condicionamento físico com o que fazer e o que não fazer.

E estamos todos mais ou menos envolvidos. Porque posicionar-se bem no espírito dos tempos promete reconhecimento e pertença, e quem não quer isso?

O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) é uma promessa temporária para uma vida bem-sucedida.

O problema, porém, está na palavra "temporário", pois suas promessas costumam não durar a vida toda. Esse espírito rapidamente sopra em outra direção, e isso muitas vezes dificulta o sucesso sustentável.

Um adulto hoje viveu pelo menos três ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) s diferentes, e todos eles produziram novos conceitos pedagógicos, parceiros de sonho e regulamentos nutricionais.

Portanto, a questão permanece: como lidamos melhor com esse ventoso companheiro de nossas vidas? Somos árvore ou folha de grama?

Ou podemos aprender a brincar com as forças do tempo?

PROMESSA TEMPORÁRIA PARA UMA VIDA BEM-SUCEDIDA

Não importa como você se sinta sobre o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), se você acha isso bom ou ruim, favorável ou bastante desafiador, você tem que ser claro sobre uma coisa:

NÃO É UM CONCERTO DE PEDIDO PESSOAL.

É irrelevante se alguém espera "voltar no tempo" ou deseja que a sociedade seja mais de um jeito ou de outro.

O espírito da época realmente não se importa.
Ele sopra onde quer e apenas oferece a você para usá-lo ou talvez até influenciar alguma coisa.
Ele nos mostra oportunidades para isso, e funciona assim:
O elemento controlador do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) é a falta.
Sempre que um ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) está soprando por muito tempo, ele negligenciou outros tópicos que não são tão atuais no momento.
Isso então cria uma deficiência
Banheiros compartilhados para nativos digitais
Um pequeno exemplo:
temos o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) da digitalização há muito tempo.
Aparentemente, tópicos como endereço pessoal e interação humana caíram um pouco.
Agora, os primeiros hotéis estão abrindo suas portas para a geração dos chamados nativos digitais, ou seja, os participantes do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) que cresceram na digitalização e oferecem a eles banheiros compartilhados chiques no corredor.
Para aqueles que receberam seu ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) antes da digitalização, essa provavelmente não é uma ideia tentadora.
Mas os nativos digitais gostam - finalmente o contato analógico enquanto escovam os dentes novamente - maravilhoso.
Se você identificar uma deficiência, um déficit ou uma nova necessidade na sociedade em um estágio inicial, poderá ser um dos primeiros a suprir essa deficiência.
Por exemplo com um serviço, um produto, um filme/livro, um conceito de jardim de infância, etc.
Então você influência como essa deficiência se desenvolverá no futuro.
Você tem a oportunidade de ajudar a criar esse novo lugar de saudade da sociedade, mesmo que seja apenas uma releitura dos banheiros coletivos.

Interpretar o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) em vez de condená-lo
Com essa atenção especial às necessidades e carências dos contemporâneos, desenvolve-se a consciência ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).
Ao fazer isso, você não apenas aprende a olhar para a mudança à distância, mas também reconhece o que os contemporâneos desejam consciente e inconscientemente e fica muito mais próximo deles
- Chamo isso de empatia ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).
Ao ver fenômenos aparentemente simples, como novos banheiros comunitários em hotéis, como um impulso e uma oportunidade, começam-se a interpretar o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) em vez de condená-lo.
Seria tão fácil descartar um fenômeno como esse com o próprio preconceito, tipo "a gente tinha isso também e eu não achava bom".
Isso bloqueia a visão de novos insights sobre a dinâmica da mudança.
Com a visão ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), tem-se a possibilidade
LIBERDADE PESSOAL E ESCOLHA
O indivíduo secularizado atualmente reivindica grande liberdade e escolha pessoal.
Ele quer moldar sua vida de maneira autodeterminada e experimentar a si mesmo, encontrar seu verdadeiro propósito e segui-lo.
Olhe ao seu redor, nos anúncios, nos filmes e nos livros.
Todas as histórias atuais são sobre o que o indivíduo contemporâneo deseja em detalhes.
Chama-se "Tudo sobre você" e na verdade inclui tudo o que precisamos para viver.
Crie o seu próprio Müsli (alguém que come principalmente alimentos integrais) [e faz dessa dieta

uma ideologia], encontre o seu próprio estilo, use cosméticos adaptados ao seu DNA.
Reivindique tudo como você quer e realmente precisa.
Devemos procurar nossa bússola interior, encontrar a felicidade dentro de nós mesmos, descobrir nossa deusa interior e nunca ficar parados.
Porque o eu, uma vez que o encontramos
Faça o mundo como você gosta é o lema do presente.
Algumas pessoas podem dizer desdenhosamente que esta sociedade narcisista está condenada mais cedo ou mais tarde.
Mas também se pode reconhecer a conquista cultural com a visão ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) de que dificilmente antes na história as pessoas comuns tiveram tanta liberdade quanto hoje para determinar suas próprias vidas. Depois de considerar isso, você pode começar a explorar as oportunidades.
"POR QUE ESTOU NO MUNDO?"
Afinal, como é para um indivíduo secularizado que está completamente voltado para si mesmo e deve forjar sua própria felicidade pessoal sem um modelo de referência tradicional?
Onde está a escassez?
A liberdade não é mais o problema, mas a orientação. E como não há "voltar para" na dinâmica do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), a orientação não é buscada nas instituições tradicionais, mas onde supostamente se sabe melhor - dentro de si mesmo. loga, meditação e autoconsciência espiritual devem ativar o grande novo sinal para uma vida individual bem-sucedida - a voz interior.
Existem novos cafés em Londres e Paris para esse esforço, onde você deve ouvir sua “centelha” interior durante a pausa para o café, para que também possa reconhecer na vida cotidiana o que você é chamado a fazer.
Espaços de coworking, é um arranjo no qual trabalhadores de diferentes empresas compartilham

um espaço de escritório ou. escritórios compartilhados modernos, são mobiliados de forma sonhadora para que o participante do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) que trabalha lá seja encorajado em seu próprio fluxo intuitivo.

O fim de semana no mosteiro silencioso, o seminário de desintoxicação digital, as noites zen e o life coach (fazer parceria com seus clientes ajudando-os a atingir seus objetivos, superar desafios e fazer mudanças em suas vidas - completamente no aqui e agora - são tentativas de nos lançarmos de volta à nossa interioridade para desenterrar o grande tesouro de "Por que estou em o mundo?".

REESPIRITUALIZAÇÃO NO NÍVEL ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)

O desejo e a tentativa de construir uma entidade dentro de nós mesmos que forneça apoio e orientação gradualmente torna os participantes do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) receptivos ao divino.

Essa dinâmica pode ser vista em uma espécie de reespiritualização no nível do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), que muitas vezes pode ser observada nos centros urbanos do momento.

A voz interior não deve apenas falar com você, mas também deve ser inspirada por uma conexão superior. O guia pessoal aparentemente só se torna realmente verdadeiro e correto por meio de uma autoridade superior, da qual se toma conhecimento por meio da ioga, da meditação ou da revelação espontânea no chuveiro.

SENTIMENTOS COM UM MOMENTO DIVINO

O indivíduo secularizado não tem certeza se pode descobrir o caminho certo sozinho.

Portanto, essa energia especial, a intensa inspiração e a forte intuição estão se tornando as novas certezas interiores do certo e do errado na vida.

E para que tudo tenha substância, esses sentimentos agora são frequentemente atribuídos a um momento divino.
Este interior divinamente motivado torna-se assim um novo lugar de desejo de estabilidade e segurança.
Isso torna mais fácil suportar um ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) multiopcional e dinâmico.
Essa fé em uma nova roupagem serve a uma deficiência do movimento individualista.
E essa nova abertura e prontidão para o divino é uma oportunidade para ajudar a moldar esse tópico agora.
AMADO COMO VOCÊ É:
UMA SENSAÇÃO NA ERA DA OTIMIZAÇÃO!
Além disso, o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), apesar de todas as tentativas atuais de querer apenas o nosso melhor, nunca pode nos dar um sentimento: o sentimento de que somos bons do jeito que somos.
Imagine esse individualista adulto quando descobre que existe uma autoridade eterna que o ama exatamente como ele é.
Na era da otimização, isso é – para ser honesto – uma sensação! Considere a falta que esta mensagem preencheria.
O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) não pode competir com esta mensagem. Chegou a hora de encontros inspiradores entre o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) e o espírito santo.
Kirstine Fratz é uma pesquisadora ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) em "ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) Acting". Seu " Livro sobre o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) e como ele nos leva adiante " foi publicado no outono.
CONCLUSÃO
A proposta da NAR é objetiva, direta, e conclusiva, e cércea a liberdade, restringe o desenvolvimento na área do conhecimento, limita o poder do teleguiado, e cria um poder sobrenatural para seus líderes e profetas., eis um resumo de seus postulados.

PREOCUPAÇÕES SOBRE A NOVA REFORMA APOSTÓLICA

CUIDADO COM O NAR. Há muitas preocupações dentro dela que precisamos examinar.

Não vou expandi-los neste artigo, mas o que se segue é uma lista.

NOVA REVELAÇÃO – O perigo aparente para uma nova revelação é a possível contradição com as Escrituras e o engano das pessoas para acreditar em uma nova revelação em andamento.

A ESCRITURA NÃO É CENTRAL – É perigoso não sujeitar tudo dos chamados apóstolos e profetas de hoje à palavra de Deus. No mínimo, é uma fórmula para heresia.

SINAIS E MARAVILHAS– Sinais e maravilhas são perigosos. Em Lucas 11:29 , Jesus diz que uma geração perversa busca sinais.

APÓSTOLOS ATUAIS – Nada nas escrituras exige apóstolos atuais. Esta é uma opinião no NAR que é imposta à igreja.

PROFETAS ATUAIS – Nada nas escrituras exige profetas atuais. Esta é uma opinião no NAR que é imposta à igreja.

MULHERES PASTORAS E PRESBÍTERAS – Aqueles na NAR afirmam que mulheres pastoras e presbíteras estão em contradição direta com as Escrituras.

Assim a revelação e a palavra estão sujeitadas aos apóstolos, profetas, mestres, evangelistas, únicos interprete e representante de Deus na terra,

O amor ao proximo e o amor de Deus é destruído, pois o seu proximo um ser humano é quem diz se Deus te ama ou não, pois a proposta e o poder ilimitado e único para estes representantes de Deus na terra,

Amem

P.S. Este texto é de domínio publico e pode ser copiado, compartilhado e distribuído sem qualquer autorização,
OBSERVAÇÃO – Se encontrar algum erro solicitamos nos infromar para correção, pois o único objetivo é buscar a verdade.

O que é ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO):
ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) significa espírito de época, espírito do tempo ou sinal dos tempos. É uma palavra alemã.

O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) é o conjunto do clima intelectual, cultural e religioso do mundo, numa certa época, ou as características genéricas de um determinado período de tempo.
O conceito de ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) foi introduzido por Johann Gottfried Herder e outros escritores românticos alemães. Em 1769, Herder escreveu uma crítica ao trabalho do filósofo Christian Adolph Klotz, introduzindo a palavra ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).
Piedade moderna entre ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) e atemporalidade. A caminho de uma teologia evangélica da espiritualidade

ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)

-
-
-

A-A+ImprimirDenunciar Erro
Meio & Mensagem
6 de fevereiro de 2014 - **12h36**

ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) é um termo alemão cuja tradução significa espírito da época, espírito do tempo ou sinal dos tempos. Significa, em suma, o conjunto do clima intelectual e cultural do mundo, numa certa época, ou as características genéricas de um determinado período de tempo.

Não sei se é possível definir ou descrever, com poucas palavras, o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) de cada época ou era. Talvez isto não seja mesmo possível em todos os casos, para todas as eras ou para todos os

tempos. Mas certamente, no futuro, a descrição do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) de nossa era incluirá duas palavras: conectar e rede (network).

Estar conectado deixou de ser opção ou escolha. É destino e obrigação. Sem estar conectado, distante da internet, e fora da rede, a gente desaparece. Parece não existir. Sem a internet, a gente não é.

De um começo lento, a internet demorou algumas décadas para se tornar este instrumento indispensável a nossa existência. No começo, era um excelente conceito a procura da tecnologia adequada.

Com o rápido aumento da capacidade de transmissão de dados, aliados mais recentemente da disponibilização de smartphones e tablets, todos estão irremediável e permanentemente conectados. Mudou muita coisa na maneira como a informação é criada, difundida e percebida.

As redes sociais assumiram importância não somente como fenômeno sociológico, mas também como ferramenta de marketing. Em um mundo em que a informação se espalha em milésimos de segundos e esta acessível a todos, exclusivamente a critério do consumidor, a grande questão passa a ser como aproveitar as (ou ser atropelado pelas) mídias sociais.

As mídias sociais amplificam o que, em outros tempos, era chamado de boca-a-boca. Criam consumidores que se informam através das opiniões e experiências de terceiros, sem que necessariamente os conheçam pessoalmente. Incentiva o engajamento em torno de causas, opiniões, discussões e interesses comuns. Cria um ambiente em que

todos, enfim, estão conectados e fazem parte de uma ou varias redes.

Curiosamente, nestes tempos em que as maneiras de se relacionar com os consumidores tão diferentes, as perguntas, para as empresas e anunciantes, permanecem surpreendentemente as mesmas. Quanto investir? Como investir? E, especialmente, como mensurar?

A grande oportunidade em mídia social está na sua capacidade de rapidamente difundir informação para aqueles que participam da rede. Portanto, o primeiro desafio para o anunciante é construir uma rede de pessoas engajadas, incluindo, mas não se limitando a followers e fans.

O sucesso, neste caso, pode ser medido pelo numero de pessoas na rede e, principalmente, pela taxa de amplificação dos participantes da rede. Ou seja, pela disposição dos indivíduos na rede de dividir com os outros participantes, as mensagens dos anunciantes.

Mas não basta contar o número de fans, likes ou retweets. É necessário ter, monitorar e mensurar uma estratégia de conteúdo para mídia social. Ou seja, determinar quais os elementos do conteúdo que aumentam a probabilidade de seu compartilhamento entre os participantes da rede. Para tanto, três parecem ser as variáveis mais importantes: o tipo de conteúdo (ex. foto, texto, vídeo); a hora e dia em que o conteúdo é disponibilizado (dia da semana e horário); e o assunto ou linguagem utilizada. Conteúdos que contenham fotos, que estejam disponibilizados no dia e horário de maior acesso pelos usuários da rede; e contenham perguntas parecem ser aqueles que geram mais engajamento nas redes sociais.

Finalmente, não basta que os consumidores estejam engajados e sejam numerosos se eles não absorverem o aspecto mais importante e mais útil para o anunciante: que os consumidores se tornem defensores leais da marca.

Este, sim, o objetivo final de qualquer estratégia de marketing e, portanto, o sucesso da estratégia de mídia social utilizada depende de mensurar o grau de lealdade à marca gerada pela utilização de mídia social como elemento do marketing mix.

Os indicadores de sucesso mais importantes (ou mais comuns) são cinco: percentual de retorno dos usuários; a frequência com que os usuários se engajam no conteúdo (ex. “shares”, “comments”, “likes”); a demografia destes usuários; a taxa de difusão (através de “retweets” e “shares”) do conteúdo na rede; e o engajamento cruzado de marcas (se a rede social esta engajada em mais ou menos marcas do mesmo anunciante).

Empresas e anunciantes que adotem estratégia eficiente nas redes sociais e consistentemente monitorarem os seus resultados de maneira a mensurar desempenho, de maneira consistente e eficiente, serão aquelas que sairão vencedoras neste novo campo de batalha virtual. E, no futuro, reconhecidas como aquelas que compreenderam o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) de nossa era.

Resumos

A espiritualidade é, por um lado, um fenômeno difuso, que representa um "ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)". Parece representar algo novo ou mesmo atemporal. Por outro lado, a palavra descreve nada mais do que uma *práxis pietatis* , vários elementos que derivam da fé antiga e tradicional no protestantismo.

Este artigo reflete primeiro sobre a história e os significados do termo. Em seguida, explora o papel dos pais do deserto na espiritualidade moderna. A última parte trata das condições e possibilidades de uma teologia protestante definitiva da espiritualidade como uma tarefa acadêmica.

Resumo

Por um lado, a espiritualidade é um fenômeno religioso difuso que, como um item de mercado, representa um ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) que busca algo novo e ao mesmo tempo supostamente atemporal. Por outro lado, a palavra "espiritualidade" é apenas outra palavra para uma *práxis pietatis* , pois também existe no cristianismo tradicional e, portanto, no protestantismo tradicional.

Depois de examinar a história do termo, as dimensões do significado e o papel dos padres do deserto na literatura de espiritualidade atual, o ensaio esboça uma possível teologia protestante da espiritualidade. Para fazer isso, ele pergunta sobre as condições e possibilidades dentro do protestantismo. A teologia acadêmica é necessária para acompanhar os desenvolvimentos de forma crítica e construtiva.
Publicado online: 2011-dezembro
Publicado em versão impressa: 2011-dezembro

© Walter de Gruyter 2011

ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO): COMO ENTENDER O ESPÍRITO DO TEMPO PODE AJUDAR AS MARCAS A ALCANÇAREM O SUCESSO?

Nubank, Google, Airbus, Fazenda Futuro, Netflix e Spotify.

O que essas marcas têm em comum?

Várias coisas, existem muitas características por trás das empresas que alcançam o sucesso, como: bom produto, ótimo posicionamento, uma marca poderosa, etc. Mas existe algo que poucas pessoas observam, essas marcas estão conectadas ao espírito do nosso tempo.

O que é o espírito do tempo?

Também conhecido como ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO), o espírito do tempo é o conjunto de ideias e crenças que definem uma época. Em outras palavras, é o conceito que unifica as características de uma determinada época.

Então, para estar ligado às mudanças do mundo e do mercado, é essencial estar conectado ao ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).

Note que lá em cima, eu não falei que marcas de sucesso seguem o espírito do tempo. Na verdade, disse de forma proposital que elas estão conectadas ao ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO). As marcas também são um vetor de transformação e criação de comportamentos.

Por exemplo, observe que empresas disruptivas como Airbnb e Uber, elas popularizaram o conceito da economia de plataforma e influenciaram o comportamento do mundo todo. Onde antes se valorizava a posse, agora valoriza-se o acesso.

As marcas têm esse poder quando conectadas ao ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).

O que ajuda a definir o espírito do nosso tempo?

O nosso tempo é uma mistura de diferentes narrativas e comportamentos. Esses comportamentos culturais são divididos em 3 categorias:

Narrativas residuais: São comportamentos que estão desalinhados à época. Tiveram origem no passado e estão até hoje presentes no inconsciente coletivo de algumas pessoas.

Narrativas dominantes: São os comportamentos que definem a cultura. São as características mais marcantes do presente.

Narrativas emergentes: São comportamentos e ideias que estão surgindo e podem se tornar dominantes no futuro.

Quer um exemplo prático? Vamos usar como exemplo as narrativas sobre o amor.

No passado, acreditava-se no amor romântico, a alma gêmea, o amor pra vida toda, onde não existe possibilidade de separação. Aquele romance de novela, sabe?

No presente, o casamento e a união entre duas pessoas segue sendo algo desejável e atraente. Entretanto, essa união já não é vista como algo incondicional, caso haja problemas, separar-se é normal. Já não acredita-se na união eterna entre duas pessoas quando o relacionamento não faz mais sentido.

Hoje, de forma emergente, surgem novas formas de relacionamento. Muitas pessoas acreditam que não é necessário casar para constituir uma família, ou que podemos nos relacionar até mesmo com mais de uma pessoa ao mesmo tempo, por exemplo.

O espírito do nosso tempo é definido pela interação entre todas essas narrativas.

E como as marcas utilizam-se do ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO)?

Todas as marcas que foram citadas acima ou se apropriaram de comportamentos ou ajudaram a criar novos comportamentos que compõem o espírito do tempo. Vamos conferir:

Nubank: Diminuindo a burocracia, consegue gerar maior liberdade e oferece novamente o controle da vida financeira para o seu usuário. Liberdade e fluidez são pontos muito valorizados nestes tempos.

Airbus e Uber: popularizaram o conceito da economia de plataforma e influenciaram o comportamento do mundo todo. Onde antes se valorizava a posse, agora valoriza-se o acesso. Essas marcas surgiram como um comportamento emergente, mas hoje, trata sobre o comportamento dominante.

Fazenda Futuro: A Fazenda Futuro produz carnes vegetais. E está totalmente ligada a comportamentos emergentes de alimentação e defesa aos animais e ao meio ambiente.

Netflix e Spotify: São marcas de streaming. Surgiram gerando comportamentos emergentes, visto que streaming era um conceito muito novo no mercado. Mas estavam conectadas com valores de liberdade de escolha, fluidez e diversidade para os seus consumidores. Hoje, consumir streaming é um comportamento dominante. Tão dominante que não faltam concorrentes no mercado, já que o mercado já está consolidado.

Como posso usar o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) na minha marca?

Repare que todas as marcas trouxeram produtos inovadores pro mercado. O detalhe é que segundo Derek Thompson, autor do livro “Hit Makers: como nascem as tendências”, a maioria dos consumidores são, ao mesmo

tempo, neofílicos, curiosos para descobrir coisas novas, e profundamente neofóbicos, temendo qualquer coisa que seja nova demais.

É por essa razão que surge o princípio Maya, um acrônimo para Most Advanced yet acceptable (mais avançado mas ainda aceitável). Esse princípio traduz o que a gente consegue fazer de mais avançado mas que ainda seja aceitável na sociedade de hoje.

As pessoas não querem se sentir completamente estranhas em nenhum espaço, não dá pra ser 100% radical e esperar sucesso. É preciso dar um pouco do que já é familiar pras pessoas. Por isso, precisamos criar um espaço de familiaridade. Esse espaço pode surgir ao utilizar o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO).

Por fim, um exemplo interessante de como criar esse espaço de familiaridade para gerar entendimento do que trata sua marca, é o case do Spotify.

Hoje, todos sabemos o que é o Spotify e o que é streaming, é a narrativa dominante de 2022. Entretanto, lá em 2008, quando o Spotify foi lançado, pouquíssimas pessoas entendiam o que era um serviço de streaming, por isso a empresa precisou repensar o posicionamento de marca.

É aí que a gente vê o plot-twist, a virada de jogo. Para solucionar esse problema de entendimento sobre qual era o produto, o Spotify foi lançado como uma rádio online. O Spotify nunca foi uma rádio, mas a ocasião de consumo era a mesma.

Ao ter a percepção que o Spotify é uma rádio online, o consumidor entendeu que deveria usar o aplicativo no mesmo momento em que desejava usar o rádio, mas ao invés de pegar um radinho, ele iria acessar no computador ou smartphone.

Nesse caso, entender o ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) ajudou o Spotify a construir o seu posicionamento de marca. Afinal, do que adianta ter um ótimo produto se ninguém entende pra quê ele serve? Para o sucesso, qualidade é um atributo necessário, porém insuficiente.

O ZEITGEIST (ESPÍRITO DO TEMPO) pode ser uma ótima ferramenta estratégica para utilizar nos negócios, principalmente num contexto como o nosso que, como diz Zygmunt Bauman, aconteceu o fim das certezas. Uma Era onde tudo se transforma o tempo todo e nada permanece como era antes.

E lembre que tudo o que a gente desenha, desenha a gente de volta. Marcas são vetores de transformação e constroem a cultura. Mais do que seguir o espírito do tempo, nós também podemos construí-lo.